

Аналіз умов розвитку сегмента апарт-готелів дозволив автору виділити фактори прямого впливу на їх розвиток у готельному господарстві регіону: туристський потенціал і туристська інфраструктура регіону, рівень економічного розвитку регіону та підтримка розвитку малого підприємництва, структура туристського потоку і частки в ньому сімейного, екскурсійно-пізнавального, спеціалізованого туризму та мікрочинники.

Визначальним фактором, що сприяє формуванню сектора апарт-готелів, є структура туристського потоку, оскільки саме вона визначає обсяг і якісні характеристики попиту на даний вид розміщення.

В результаті дослідження впливу чинників формування сегмента апарт-готелів робимо висновок, що ця форма колективних засобів розміщення повинні стати об'єктом регулювання як з боку органів державної влади та місцевого самоврядування, відповідальними за розвиток готельно-туристичного комплексу, так і з боку саморегульованих об'єднань.

1. Драчук Г.Є. Апарт-готелі – перспективний напрям готельної індустрії: [Електрон. ресурс] / Г.Є. Драчук. – Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/konfer37/64.pdf>. – Назва з екрана.

2. Свірський Є. Апарт-готелі як інструмент інвестування та планування відпочинку: [Електронний ресурс] / Є. Свірський. – Режим доступу: <http://www.prostoblog.com.ua>. – Назва з екрана.

УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В ОРГАНІЗАЦІЯХ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Хіжніченко Д.О.

Науковий керівник – Угоднікова О.І., канд. екон. наук, ст. викладач

Тема конфліктів є актуальною у наш час. Майже у всіх організаціях, де співпрацюють люди є великий ризик прояву конфліктних ситуацій. Отже, доцільним є аналіз конфліктів, а також теми управління конфліктами в організаціях сфери туризму.

Наразі, конфліктні ситуації між людьми виникають дуже часто. Особливо багато конфліктів виникає у сферах бізнесу. Конфлікти розрізняють наступним чином:

- конфлікти між організаціями,
- конфлікти між фірмами,
- конфлікти між певними групами людей та ін.

Роль конфліктів дуже важлива, бо вони значно впливають на роботу організації та на атмосферу в колективі в цілому. Цією пробле-

мою не можна нехтувати. При перших проявах конфліктних ситуацій доцільно починати діяти, не доводити ситуацію до «точки кипіння».

Конфлікт - це зіткнення декількох людей з різних причин на основі певних негативних ситуацій або особистісного несприйняття. Конфлікти можуть легко підірвати командний дух та призвести до агресивних дій учасників певного непорозуміння.

Але в наш час можна зустріти таку точку зору, що конфлікти у сферах бізнесу не тільки бажані, а й необхідні, бо дають змогу побачити проблеми організації, зрозуміти її слабе місце. Вважається, що таким чином легко побудувати стратегію їх вирішення та передбачити їх прояв у майбутньому.

Головна функція управлінців - це вирішення та врегулювання конфліктних ситуацій, сприяння позитивного духу в колективі та передбачення проблемних ситуацій у майбутньому.

Успіх, по своїй суті, залежить від відносин в колективі між працівниками, між працівником та директором, між людьми у повсякденному житті, між громадянином та державою, між членами родини. Саме цьому проблематика конфлікту дуже гостро стоїть у наш час.

Конфлікти у сфері туризму також зустрічаються досить часто. Вони з'являються як між працівниками однієї фірми, так і між працівником та його клієнтом. Причин може бути досить багато, але важливо швидко налагодити ситуацію, задовольнивши бажання обох сторін. Швидке вирішення конфлікту позитивно вплине на імідж фірми та її розвиток.

Не важливо, яка саме причина конфлікту, що саме викликає розбіжності, – нерозуміння, опір змінам, неприязні стосунки чи інше - знайти рішення, яке могло б задовольнити всіх, вкрай важливо, якщо фірма бажає користуватися попитом. Якщо ж нехтувати конфліктами, можна як втратити постійних покупців, так і позбавити себе можливості знайти потенційно нових.

Якщо розглядати конфлікти між працівниками туристичної фірми, це також буде негативно впливати на роботу всього підприємства. Здорова конкуренція між туристськими агентами, яка мотивує до розвитку, є позитивним фактором. Проте, коли між туристськими агентами розвивається не вирішений конфлікт – це тільки заважає працювати. Коли з'являється конфлікт між працівником та директором, ця ситуація може легко підірвати авторитет директора у всьому колективі, повернути його на колишній рівень буде дуже важко.

До завдань керуючого туристською фірмою, та й взагалі будь якого підприємства, ставиться:

- визначити сутність і зміст конфлікту;

- виявити певні особливості виникнення конфліктних ситуацій в туризмі;
- розглянути варіанти виникнення конфліктних ситуацій в туристичних фірмах ;
- вивчити правила культури обслуговування;
- виробити рекомендації з вирішення та управління конфліктами в туристичних фірмах.

Таким чином Науковий керівник зможе забезпечити себе та свою фірму від негативних проявів конфліктів.

Оскільки конфлікт це ситуація, коли одна сторона ставить на передній план особисті погляди, незважаючи на погляди другої сторони, Науковий керівнику важливо вміти задовольняти бажання обох сторін таким чином, щоб кожен відчув задоволення своїх потреб.

Конфлікт – вважається найбільш поширеною проблемою у відношеннях між людьми. Вчені підрахували що конфлікти займають майже 15% робочого часу людини, на їх вирішення йде також багато часу. В деяких організаціях це займає до половини робочого часу. Ці факти показують, скільки часу працівники витрачають даремно, нехтуючи можливістю якісніше, швидше та з задоволенням працювати.

По відношенню до своїх клієнтів, працівнику потрібно бути дуже уважним, ні в якому разі не доводячи непорозуміння до конфлікту. Як тільки стає зрозуміло що клієнт починає нервувати, потрібно одразу ж спокійно його вислухати, та зробити все можливе, щоб він залишився задоволеним та з бажанням повернутися знов.

Причин конфлікту може бути безліч. Основні, які часто зустрічаються:

- спільно використовувані ресурси,
- взаємозалежність завдань,
- відмінності в цілях кожної людини,
- відмінності в сприйняттях певних ситуацій і цінностях,
- відмінності в стилі поведінки і життєвий шлях людини,
- погано налагоджена комунікація.

Люди часто не звертають належної уваги на конфлікт на початкових стадіях, коли його легко загасити.

До головних негативних наслідків конфлікту можна віднести: зниження продуктивності, фінансові втрати фірми, незадоволеність як клієнтів так і працівників, погіршення морального стану, високий рівень плинності кадрів, поганий рівень соціальної взаємодії, погіршення комунікацій.

Дуже важливим є ефективне втручання у конфлікт. Наприклад, більш уважна та клопітлива робота над пошуком рішення, розмаїття

думок при прийнятті рішень і поліпшення співробітництва в майбутньому.

На закінчення, необхідно відзначити, що управління конфліктами більш ефективно, якщо воно здійснюється на ранніх етапах виникнення протиріч. Якщо конфлікт вирішити дуже швидко, можна зекономити багато часу і зусиль, які краще витратити на ефективну роботу фірми. Отже, важливо приділяти багато уваги як попередженню конфліктних ситуацій в організації сфери туризму, так і моніторингу і прогнозування конфліктів.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ТУРИСТСЬКОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ МІСТА ЯК ЕЛЕМЕНТА ТУРИСТСЬКОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Андрющенко К.Р.

Науковий керівник – Угоднікова О.І., канд. екон. наук, ст. викладач

На сучасному етапі розвитку світової економіки все більшої потужності набуває сфера послуг. Туристська галузь є однією із найприбутковіших та має великий потенціал для подальшого розвитку. Кількість туристів щороку зростає. А прибуток від діяльності туристичних підприємств має для держави мультиплікативний ефект, адже сприяє розвитку більшості супутніх галузей народного господарства.

В умовах жорсткої конкуренції на ринку туристських послуг конкурентоспроможним стане лише те підприємство, яке постійно досліджує потреби споживачів та формує нові туристські продукти, які б максимально задовольняли ці потреби та мали б відповідний ціновий рівень. Отже, розробка інноваційних турів повинна стати базою для побудови ефективної роботи туристичної фірми та забезпечити її конкурентоспроможність на ринку туристських послуг. У цьому аспекті важливою є роль інфраструктури, яку для туристичної галузі мають комунікації, транспорт та транспортна інфраструктура, інженерні споруди, суміжні обслуговуючі підприємства індустрії туризму.

Дефініція «туристична привабливість» - багатоаспектна і комплексна, що включає в себе такі поняття як туристичний потенціал, туристичні особливості, туристичну базу та ін. У той же самий час «туристична привабливість» - елемент, який включається у визначення таких понять, як «конкурентоспроможність регіону», «бренд регіону», «інвестиційний потенціал регіону» [1].

Привабливість - це властивість викликати захоплення, притягувати до себе особливими якостями, властивостями. У науковій літературі, присвяченій туристичній діяльності, зазначається, що поняття атра-